

平成 30 年 6 月 22 日現在

機関番号：21401

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2015～2017

課題番号：15K07617

研究課題名(和文) バリューチェーン構築による後発野菜産地の参入戦略

研究課題名(英文) Entry Strategy of Latecomer Vegetable Producing Regions by Building the Value Chain

研究代表者

津田 渉 (TSUDA, Wataru)

秋田県立大学・生物資源科学部・教授

研究者番号：90389693

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,100,000円

研究成果の概要(和文)：秋田県の青果物後発産地が発展していくためには、以下の活動等が必要と考える。県内産の生鮮青果物を県内に確実に流通させるためには、ローカルスーパー及び地域流通業者と産地との新たな提携関係づくりを行う。首都圏出荷をめざす生鮮品は、必要とされるニーズに対応するために中間流通業者と産地が連携して、小売業者に商品提案できる体制を作る。加工・業務用品は、食品企業や外食業等のニーズに対応する体制を作る。その場合には特に中間流通業者のパートナーを確保する。有機農産物は、県内では直売所を拠点とした消費者と生産者の提携グループを形成する。県外には、品揃えと出荷量のコントロールを担う中間流通機能を確立する。

研究成果の概要(英文)：We believe that developing the latecomer fruit and vegetable producing regions of Akita Prefecture will require efforts in the following areas: (1) To reliably distribute locally produced fresh fruits and vegetables within the prefecture, create new partnerships between the local supermarkets and regional distributors and the producing regions. (2) For fresh produce aimed for shipping to the metropolitan area, establish a system coordinating between the intermediary distributors and producing regions in order to respond to the needs required, and enabling products to be offered to retailers. (3) For processed foods or commercial use products, establish a system to respond to the needs of food companies, the food service industry, etc. For this case in particular, secure partners among intermediary distributors. (4) For organically grown agricultural products, outside the prefecture, establish an intermediary distribution mechanism to control product lineup and shipment volume.

研究分野：農業経済学

キーワード：フードチェーン 農産物流通 中間流通機能 バリューチェーン バリューシステム

## 1. 研究開始当初の背景

日本における現代の農産物流通はいわゆる「小売主導型」であり、量販店がそのパイニングパワーを源泉としてチャネルリーダー的存在になっている。とはいえ、欧米とは異なり、我が国では生協による産消提携や品目によっては地域における農商工連携、直売所によるローカルフードチェーンが形成される状況も生まれている(例えば、斎藤修「地域再生とフードシステム」農林統計出版、2012年)。すなわち産地側の取組如何では、産地の側から消費者との連携を密にする新しいバリューチェーンを構築できる可能性がある。

野菜では、大消費地市場での需要を満たせる産地がトマト、キュウリなどの主要品目の生産・流通の中心的位置にいる。しかし、産地マーケティングは生鮮品を中心とした卸売市場流通から、直販事業などより多様な流通チャネルの開拓・管理、地域ブランドづくりの確立といった側面が重視されるようになった。

また、加工業務用野菜の分野はその量的拡大に伴い、生鮮品とは異なる栽培管理の必要性の登場、大規模な中間流通業者の出現など新たな展開が見られる。

有機農産物流通では生協の取組の他、「大地を守る会」や「らでいっしゅぼーや」など中間流通の段階で出荷者を組織する仕組みが主流の1つとなってきたが、有機 JAS 認証制度確立以降、スーパー等での取り扱い増加も見られ、認証を受けた輸出品も拡大している。国産有機野菜を伸ばすためには産地と消費者とを結ぶ新たなルートづくり等が求められる。

これらを総合的にとらえれば、食生活や消費行動の変化を踏まえた商品づくりや流通チャネルの構築、地域の中での連携した商品づくり体制など、産地の側からのより体系的なバリューチェーンづくりが最重要課題として浮かび上がる。この点については、産地から流通、消費者を結ぶフードシステムの視点による研究成果が例示されている(例えば斎藤修他「JAのフードシステム戦略」農文協、2013年)。そうした取組は、新たな戦略を取り込む余地のある後発産地でも実現可能性がある。

## 2. 研究の目的

本研究のテーマは、「バリューチェーン構築による後発野菜産地の参入戦略」である。我が国野菜の産地振興において、一方では、加工業務用需要や特徴ある商品(新しい価値や地域ブランド等)等消費の変化への迅速な対応が求められ、他方では、グローバル化の下で、食品企業等の実需を国産品に取り戻す戦略も重要となる。野菜の後発産地も地域内外でこうした需要開拓に参入して産地活力を高める必要がある。そのためには野菜のフードシステム全体を見通して後発産地としての新たなバリューチェーンの構築が求められる。本研究は主たる研究対象を秋田県とし、バリューチェーン構築による参入戦略を明らかにする。

## 3. 研究の方法

本研究の計画項目は、①秋田県における野菜の商品アイテム別の流通チャネル選択や管理の実情把握、②先発産地での野菜の商品アイテム別の流通チャネル選択や管理の実情と秋田県の比較、③①及び②を踏まえて、秋田県産地のバリューチェーン構築に資する流通チャネル選択や管理のあり方についての検討、④産地の取組モデルの検討、である。研究方法は、産地や流通業者の実態調査、業務資料等統計等の整理と分析とそれらを活用した研究チーム3名での共同の分析である。

本研究における共同実態調査地は、北海道JA北みらい、茨城県JA全農茨城、JA全農長野及びJA八ヶ岳、JA紀南および紀ノ川農協、高知県園芸連である。

## 4. 研究成果

以下、(1)は津田渉、(2)は林英俊、(3)は酒井徹、(4)は津田が、分担した。

(1)生鮮品戦略の課題と対応策

1)先進産地の共通項

生鮮野菜の大産地である茨城県、長野県、高知県は、いわば秋田県を考える「比較対象事例」として実態調査を行った。その結果をごく簡単に整理すれば以下の通りである。

大都市圏に近い茨城県では、個人でもグループでもJAに出荷しなくても販売が可能である。農協系統はこれにたいして付加価値を高めたバリューチェーン的な仕組みを作って、組合員の信頼を勝ち得ている。VF(ベジタブル・フルーツ)事業は、多くの品目をそろえられる茨城県の強みを活かして、量販店、生協、業務用など販路別に、拠点となるステーションを設け、各JAの集荷施設はそれらのデポとなるような仕組みとし、パック詰めやカット等の一次加工を実施して、実需者と生産者の結びつきを強めた販売を行うシステムである。

遠隔産地の高知県園芸連ではやはり、より多くの生鮮品品目をそろえられ、しかも大きな供給力を持っている利点をフルに活用している。園芸連本部に園芸流通センターを設け、卸売・分荷機能を持つ流通拠点として整備し、各JAは集荷中継点となるシステムを構築し、ここでは卸売市場対応が全体の95%を占める。ただし、実需を見越した包装、小分け、梱包対応も行っている。その意味では産地発農産物サプライチェーンをやや超えた仕組みを作っているともいえる。

長野県のJA八ヶ岳はハクサイとレタスの大型産地で、関連品目に特化した大ロット出荷で卸売市場流通をリードする産地である。直販での漬物向け取引やその他の加工系向け品目もある。川上支所では1品目毎、集落ごとに24部会があり、販路別にグループを作って販売対応を行うなど部会の主体性が強い。

このように、先進大型産地は、取扱品目の市場でのポジションや立地条件を活かした戦略を構築し、ロットの多さを武器に産地発の

サプライチェーン（産地での一次加工や商品の工夫でバリューチェーン的な仕組みも見られる）。

## 2) 秋田県の現状の特徴－エダマメを例に

秋田県は、野菜そのものの産出額も先進産地に比べれば数分の一で、単協で見ると、1品目10億以上の野菜を抱えるのはほんのわずかである。業務用や小売店との契約取引も進めており、近年ではパートナーである東京の流通業者グループの提案でスナップエンドウの県内全域生産、全農の価格保証的な販売といった新たな仕組みにも取り組んでいる。

秋田県はそれでも、主要品目は可能な限り県内全域でみてロットの拡大を目指し、「オール秋田」で市場での地位を獲得しようとする方向を戦略として重視している。

それは、「オール秋田」で成功したエダマメの経験があるからである。

秋田県ではエダマメについて、「7月からの100日長期出荷」、「県内産地(JA)が連携して、統一的な販売ができないか」、との検討が進められた。その検討は主に、05(平成17)年に作った「エダマメ産地連携チーム」(全農あきたを事務局に県の普及指導、試験場、JA営農指導実務者で構成、現在はエダマメ販売戦略会議となっている)が担う。この産地現場の実務者が横断的に協力し合う体制により、「オールあきた」のエダマメ振興が本格化する。農業試験場の成果として長期出荷に対応する早稲種から晩生種までの播種期・収穫期の適期予測が実現し、各地の栽培技術のポイント、収穫から調製までの作業の精度と効率化などについては、産地JAの営農指導員と普及センターが一斉に活動し、県独自品種、特に「あきた香り五葉」の作付拡大や出荷の体制づくりにも努めた。また、全県統一のわかりやすい方法として、県庁農業マーケティング室を中心に「あきた香り五葉」の統一パッケージを05年に作成した。2008(平成20)年には、「青豆」の統一パッケージも導入し、エダマメ全体のパッケージ統一が完成した。

これらにより県内JA間の出荷量調整・協調販売ができるようになった。東京都中央卸売市場の7～10月期(特に8、9月期)における秋田産の市場シェアは高まり、群馬と首位を争う位置を確保し、コモディティで値頃感のあるアイテムとして評価を確立した。

そして、後発ながら、「オール秋田」体制をフル活用して、機械化された共同出荷施設の建設、品種統一や技術普及、計画出荷の徹底そして、加工原料製造などを手がける産地(JAあきた湖東、JAあきた北)や法人が登場し、県全体の産地力量がアップしてきている

ここ2、3年は、次のステップとして、プレミアムエダマメ栽培の導入、オリジナル新品種(あきたほのかなど)の定着による「ブランド階層づくり」、7月から9月までの長期安定出荷(特に7月出荷品の量と質の安定、9月下旬出荷品の確立)等を目指している。エダマ

メの拡大を宣言した山形県や巻き返しを図る群馬県に対抗するためである。

## 3) 求められる戦略とは－エダマメで考える

このような現状をさらに発展させるためには何が必要であろうか。先進産地の取組から示唆されるものはあるか。この節の締めくくりとしてまとめてみたい。

①産地発のバリューチェーンを作るためには、生鮮品だけではなく、新たな商品の開発も欠かせない。またそのために、関連企業と連携した地域内でのエダマメフードチェーンを作る必要がある。その端緒的な取組は、JAあきた北の原料製造(エダマメペースト等)施設であり、JAあきた北と連携する大館市のスイーツ業者を主体とした「えだまめのまちづくり」があげられる。

②さらに、全農秋田とエダマエの大規模作付け法人が連携した商品(レンジで暖めるだけで食べられるエダマメ)、JAあきた湖東のエダマメのお漬物、JA秋田なまはげと仲卸業者が組んだ朝取りエダマメの秋田市内向け販売といった取組も県内各地で参考にすべきあり方である。

③先進産地の例からは、秋田県産エダマメが獲得した東京市場でのポジションを活かしたオリジナル品種の定着とブランド階層づくりが示唆される。すなわち、ロットと統一した品質を武器に小売業等への販売提案を進め、市場内外での集荷分荷を確実に担ってくれる流通パートナーを現在の関係性をさらに強める形で確保することである。

## (2) 加工・業務用商品戦略へのアプローチ

ここでは、特に外食産業向けの青果物流通の新たな展開について分析する。デリカフーズやワタミ株式会社、外食生産部手作り厨房相模原センターの実態調査結果も含めて、現段階で考えられる仮説等を述べる。

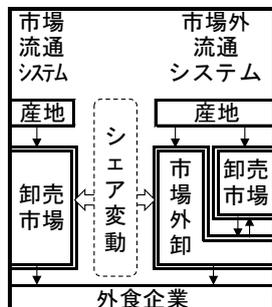
### 1) 外食産業向け青果物流通の現状

外食産業向けの青果物流通では、弾力的な発注数量など他の業務用需要にはない機能が求められ、大規模で新しいタイプの中間流通主体が登場するといった特徴がある。

外食産業向けの青果物流通においては、従来主流であった卸売市場流通と市場外流通の両流通システムのあいだでシステム間競争が展開されていると考えられる。システム間競争の概念が必要なのは、市場外流通の拡大が卸売市場と市場外の流通業者の単純な競争の結果ではないためである。市場外の流通業者は産地との契約栽培により青果物を調達するが、過不足調整には卸売市場を活用する。つまり、市場外流通では市場外の業者が主導的な役割を果たすが、卸売市場も流通システムを構成する要素として組み込まれている(図(2)-1)。

本研究の結果からは、外食産業の青果物流通システムに対するニーズが一様ではなく経

営戦略や業態等によって異なり、それに基づいて流通システムにも差異が生じることが示唆された。そうしたなかで、外食企業と産地が提携する仕組みが流通システムのなかに組み込まれているかどうかが目される。この相違が外食企業の青果物に対するニーズを端的に反映し、また中間流通に求められる機能に大きな相違をもたらしていると考えられる。



図(2)-1 システム間競争

注：二重線は中間流通を担う主体を示す。

## 2) 外食企業から見た産地との関係仮説

今後のさらなる課題として次のような仮説を考えている。まず、産地との提携の有無により外食企業を提携型と非提携型に類型化する。この類型と流通システムの関係を示したのが図(2)-2である。この図では、左右の区分に示された提携型・非提携型の違いにより、上側の卸売市場流通から下側の市場外流通にシフトする要因が異なることを示している。今後は、図の①、②、③、④の小課題の解明を進める必要がある。

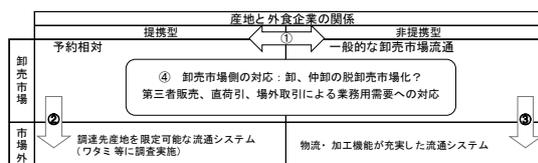
①まず、外食企業に提携型と非提携型の相違が生じる理由が問題である。

②次に提携型の外食企業が市場外流通にシフトする理由である。提携型では継続的な取引関係が構築されるため、供給者と需要者が多数対多数で需給を一致させる市場機能は不要となる。それに代わり必要となる産地での生産から納品までの過程を外食企業のニーズに合わせてコーディネートする機能について、2つの流通システムから検証する必要がある。

③非提携型企业への流通では通常、特定の企業に特化した規格は設定されない。規格自体が差別化要因とならない場合、ピッキングなどの物流センター機能や個店への配送機能、加工機能などの付加的な流通サービスの重要性が高まる。市場流通では仲卸がこれを担ってきたが、全国展開する外食チェーンへの大規模広域な対応が十分かは疑問である。この問題が大規模な市場外卸の出現をもたらしたとの仮説が考えられる。

④卸売市場側での外食産業向け流通の強化は、卸・仲卸による場外取引の拡大という形であらわれており、市場流通と市場外流通の融合化という指摘もある<sup>1)</sup>。そこで問題となるのは、卸売市場に事業基盤を有する業者に固有の優位性の有無であり、それがなければ市場業者の脱卸売市場化が進んでいることになる。外食企業のニーズを満たす上で、高い需給調

整機能やこれまで築いてきた産地とのネットワークがどの程度の優位性をもたらしているのかは見定めていく必要がある。



図(2)-2 外食企業の種類に応じた流通システムのあり方

以上の仮説を今後さらに究明することで、市場外流通の拡大をもたらしたシステム間競争の構造を明らかにでき、それが秋田県の戦略を考える一助となるものと考えられる。

## (3) 有機農産物の戦略—産地体制整備のあり方を中心に

### 1) 有機・特別栽培農産物等をめぐる状況

近年、量販店による有機農産物等の取り扱いの拡大や、有機農産物等の直売市及びオーガニックフェスタの全国的な広がり、有機農産物等を取り扱うEコマースの伸長など、有機農産物市場の拡大が見られる<sup>2)</sup>。

現在、秋田県の青果物において、有機農産物や特別栽培農産物等の生産及び農協における取扱いは極めてわずかである。しかし、今後こうした農産物の市場が拡大すると考えられることから、既存の慣行栽培の卸売市場出荷に加えて、有機農産物や特別栽培農産物等の青果物を販売していくことも後産地の市場参入戦略の一つとして考えられる。

そこで、産地として特別栽培農産物や有機農産物等を生産・販売するための要件について、先進事例を参考に検討する。

### 2) 有機・特別栽培農産物等の生産・販売の先進事例の特徴

#### ① JAきたみらい

きたみらい農協は、北海道東部の北見市、訓子府町、置戸町にまたがる広域農協である。2016年度の販売取扱高は約452億円となっている。主な取扱品目はタマネギが取扱高の約45%を占め、生乳、馬鈴薯、てん菜が続く。

これらのうち、有機農産物や特別栽培農産物としては、特別栽培農産物の馬鈴薯、特別栽培及び有機栽培のタマネギ、特別栽培のもち米がある。これらの農産物の販売形態としては、卸売市場出荷と、生協産直があるが、いずれもホクレンを通じて販売している。

きたみらい農協管内で有機栽培や減農薬栽培が始まったのは1980年代半ばである。1987年に訓子府町農協（当時）の品目別生産部会であった訓子府町玉葱振興会で減農薬栽培に取り組むことになり、市場出荷や産直が始まった。1990年代にはコープこうべのフードプランに参加し、タマネギと馬鈴薯を供給開始した。米については1992年に特別栽培米の生産・販売が始まっている。1996年には訓子府町クリーン農業推進協議会が設立する。こう

した動きは 2003 年の農協合併後も引き継がれ、2015 年時点で減農薬・減化学肥料栽培のタマネギの面積は約 400ha、J A S 有機栽培のタマネギの面積は約 8 ha、減農薬・減化学肥料栽培の馬鈴薯の面積は約 380ha である。

こうした特別栽培農産物等の生産と農協による販売の存立要因として次が挙げられる。

第 1 に、栽培技術については、農協の部会を中心とする生産者の相互研鑽がある。農協の品目別部会では、農産物の収量や品質の高位平準化に向けた研修が盛んに行われ、その中で生産力の維持や消費者の要望に応える生産方法・使用資材の検討なども行なわれた。生産方法や使用資材を統一することはロットの確保にもつながった。

第 2 に、消費者の需要への対応である。当該地域は日本で有数のタマネギ主産地であり、本州産地と作型が異なるため、遠隔地の生協などから減農薬・減化学肥料栽培や有機栽培の農産物が求められて対応したことである。

第 3 に、農協の支援体制である。営農技術支援や部会の研修等、農協職員の役割が大きい。また、農協の販売対応として、慣行栽培の農産物と区別して市場に出荷するとともに、生産者の意向に応じる形で始まった生協産直の取組についても、販売業務だけでなく消費者との交流のコーディネートにあたるなど重要な役割を果たしている。代金精算でも栽培方法により精算額に差を付けることで、減農薬・減化学肥料栽培や有機栽培のコストや努力に対して一定の評価をしている。

## ② J A 紀南

紀南農協は、和歌山県南西部の田辺市、上富田町、白浜町、すきみ町、串本町にまたがる広域農協である。2015 年度の販売取扱高は約 55 億円となっている。主な取扱品目は梅、柑橘類、果実加工品、花き・花木などである。

これらのうち、有機農産物や特別栽培農産物としては、梅、李、温州みかん、レモンがある。販売形態としては、加工業者への出荷がおよそ 8 割を占め、その他は生協産直や量販店への出荷となっている。また、これらのほとんどは卸売市場の帳合となっている。

紀南農協管内で有機栽培や減農薬・減化学肥料栽培が始まったのは 1990 年代後半である。1997 年に梅減農薬栽培研究会が設立した。2002 年に特別栽培農産物の認定を取得し、2003 年より加工業者に出荷している。2016 年時点で、特別栽培の梅の栽培面積は約 19ha、有機栽培の梅と李は約 16ha、有機栽培の柑橘類（温州みかん、レモン）は約 2 ha である。

こうした特別栽培農産物等の生産と農協による販売の存立要因として次が挙げられる。

第 1 に、栽培技術については、当初地域を限定して試行的に栽培した。その結果、収量の低下もほとんど無かったため、取り組む生産者数が増加していった。また、有機栽培に対する県の梅研究所や果樹試験場からの支援を得ることができた。

第 2 に、実需者の需要への対応である。取組のきっかけは主要な販売先である加工業者からの打診であった。また、生協からの要望もあり、こうした需要に対応したことである。

第 3 に農協の支援体制である。加工業者への販売は、特別栽培農産物であっても慣行栽培と同様に農協が業務を担うが、有機農産物の販売は販売先が多くロットが小さいため、農協とは別に販売対応を担う事務局を設置した。営業や商談は事務局が担い、代金決済は農協が担うという役割分担となっている。農協はその他にも有機栽培グループの運営や J A S 有機の申請手続などの面で支援している。

## ③ 紀ノ川農協

紀ノ川農協は、和歌山県全域を事業地域とし、和歌山県北部の紀の川市に本所を置く専門農協である。2015 年度の販売取扱高は約 15 億円となっている。主な取扱品目はトマト、柿、タマネギ、温州みかんなどである。

これらのうち、有機農産物や特別栽培農産物としては、キウイ、タマネギ、柿、温州みかん、八朔、梅、その他の柑橘類、トマト、ピーマン、米などがある。これらの農産物の販売形態としては、生協産直が 7 割弱、有機農産物等の専門流通業者を通じて量販店や通販の小売業者へ販売されるものが約 2 割、学校給食が 4 % 程度となっている。

紀ノ川農協管内で有機農業や減農薬・減化学肥料栽培が始まったのは 1980 年代半ばである。1990 年代には那賀町で「有機の町づくり」が進められ、2002 年には J A S 有機農産物の認証、2003 年には特別栽培農産物の認証を取得している。2016 年時点で、有機栽培のキウイは約 5.5ha、有機栽培のタマネギは約 1.5ha、特別栽培の柿は約 22ha、特別栽培のタマネギは約 15ha、特別栽培の温州みかんは約 12ha となっている。

こうした特別栽培農産物等の生産と農協による販売の存立要因として次が挙げられる。

第 1 に、栽培技術については、生産者の自己研鑽を基本としているが、有機栽培の収量は慣行栽培とほとんど差が無い。

第 2 に、消費者の需要への対応であるが、紀ノ川農協は那賀町農協青年部が生協産直に取り組む際に結成した農民組合をルーツとしており、もともと産直のための販売組織であった。1983 年に専門農協となったが、系統農協ではないため他の産地との違いを問われることもあり、現在でも有機農産物や特別栽培農産物等の取り扱いを特徴としている。

第 3 に、農協の支援体制としては、販売業務を中心としている。産直による販売の割合が高いため需給調整リスクが大きいのが、これを消費者と分担するものとして 1984 年から「一株トマト」(オーナー制による完熟トマトの販売)を実施している。また、2001 年より直売所とカフェを設置し、これも需給調整機能を果たしている。

3)有機・特別栽培等の青果物の販売の要件と秋田県における可能性

以上の事例から、産地として有機栽培や特別栽培の青果物を販売するための要件として次の点を抽出することができる。

第1に、栽培技術については、生産者（組織）の自己研鑽を中心に置きながら、農協、試験場・普及機関等の支援により、一定の品質を確保し、減収を抑制する技術を獲得する。

第2に、需要への対応としては、生協産直や、量販店、特定の加工業者などを対象とし、供給力に合った実需者と結びつくことが求められる。ロットを確保するためには、栽培基準や使用資材の統一も必要となろう。

第3に、産地の支援体制として最も重要なのは販売対応である。有機・特別栽培農産物等の販売担当者を置く。流通は規模により全農や卸売市場を活用し、代金回収リスクを低減することも求められる。

#### 4)総括

以上の分野別の分析を踏まえて、まず秋田県に必要な産地活動についてポイントを絞って整理する。①県内産の生鮮青果物を県内に確実に流通させるために、ローカルスーパー及び地域流通業者と産地との新たな提携関係づくりを行う。②ある程度のロットがあり首都圏出荷をめざす生鮮品は、秋田県産が必要とされる時期・量・品質に的確に応えるために中間流通業者と産地が連携して、小売業者に商品提案できる体制を作る。③加工・業務用品は、1次加工やパッケージング等を行えるようにして、食品企業や外食業等のニーズに対応する体制を作る。その場合、特に中間流通業者のパートナーを確保する。④有機的生産品（有機農産物）は、県内では直売所を拠点とした消費者と生産者の提携グループ形成が考えられる。県外流通には、青果物の品揃えと出荷量のコントロールを担う中間流通機能の確立が重要である。

次に、これらを総合化する取組であるが、斎藤修氏の言うようなバリューチェーンは、どちらかという、加工食品なども含めた産地発のフードチェーンを基盤として、モデル的にイメージされている。ただ、ポーターの示した概念では、フードチェーンのような産業間での連携はバリューシステムのほうがフィットする概念であるといえる。ここでは、しかし、産地発という点を重視して、斎藤氏のいい方を踏襲している。

エダマメの例で検討したように、地域の素材を使い切って様々な商品形態や加工に取り組むことが、産地により多い見返りを生み出す。そのような意味で、後発の秋田に求められるモデルは、単に産地発の、より合理化された流通方法の確立だけではなく、業務用や有機農産物など多様なニーズに対応する生産販売の体制と加工商品開発のセットで、より多くの食シーンに秋田産の商品を送り込む仕掛けであろう。この点の究明は本研究で方向

性を示せた。さらに共同してそのあり方を解明していきたい。

注(参考文献)

1)細川允史「市場流通と市場外流通の将来を考える」フレッシュフードシステム、29(3) 2000年

2)酒井 徹「日本における有機農産物市場の変遷と消費者の位置付け」、日本有機農業学会『有機農業研究 Vol.8』2016年

#### 5. 主な発表論文等

[雑誌論文](計 2 件)

①酒井徹、日本における有機農産物市場の変遷と消費者の位置付け、有機農業研究、査読有、8巻、2016、pp.26-35

②林芙俊、加工・業務用青果物流通に対する取引費用論の適用可能性、秋田県立大学ウェブジャーナルB、査読無、3巻、2016、pp.124-129

[学会発表](計 4 件)

①斎藤昭、酒井徹、地域自給の向上に向けた有機農業の取組、日本有機農業学会、2017

②津田渉、酒井徹、林芙俊、宮入隆、秋田県のキイチゴ産地化の特徴と可能性、東北農業経済学会、2016

③林芙俊、外食向け野菜流通における野菜産地・中間流通業者・大手外食チェーンの行動の分析、日本農業市場学会、2015

④酒井徹、日本における有機農産物市場の変遷と消費者の位置付け、日本有機農業学会、2015

[図書](計 1 件)

①津田渉他、転換期の水田農業—稲単作地帯における挑戦—、農林統計協会、2017、267

#### 6. 研究組織

(1)研究代表者

津田 渉 (TSUDA,Wataru)

秋田県立大学・生物資源科学部・教授  
研究者番号：90389693

(2)研究分担者

酒井 徹 (SAKAI,Tooru)

秋田県立大学・生物資源科学部・准教授  
研究者番号：80457762

林 芙俊 (HAYASHI,Futoshi)

秋田県立大学・生物資源科学部・助教  
研究者番号：70571107